

УДК 070.482

Бурдейна М. В.,*аспірант кафедри видавничої справи та редагування**Видавничо-поліграфічного інституту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ МЕДІА В РЕЛІГІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Розглядається застосування інтернет-комунікацій у взаємодії найбільших християнських конфесій України із сучасним суспільством. Зазначається, що нові медіа як інструменти комунікації дозволили налагодити більш тісні взаємини з аудиторією традиційних релігійних медіа, адже основною їхньою перевагою названо саме можливість отримання швидкого зворотного зв'язку та полеміки. У статті акцентовано увагу на присутності релігійних організацій у соціальних мережах та розглянуто динаміку популярності цього різновиду нових медіа до та після законодавчої заборони інтернет-провайдерам надавати послуги з доступу користувачам інтернету до низки ресурсів/сервісів. Констатовано стабільне лідерство платформи Facebook, яку й запропоновано як ще один актуальний новомедійний майданчик для комунікативної взаємодії Церкви та суспільства соціальну мережу Instagram.

Ключові слова: нові медіа, релігійна комунікація, соціальні мережі, Facebook, Instagram.

Burdeyna M.,*postgraduate student of the Department of Publishing and Editing National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Kyiv, Ukraine*

THE USING OF NEW MEDIA IN RELIGIOUS COMMUNICATION

The application of Internet communications in the interaction of the largest Christian denominations of Ukraine with modern society is considered. It is noted that new media as communication tools allowed to establish closer relations with the audience of traditional religious media, as their main advantage is the ability to get quick feedback and polemics. The article focuses on the presence of religious organizations in social networks and studies the dynamics of the popularity of this variety of new media before and after the legal prohibition of Internet service providers to supply with services for access to Internet users to a number of resources/services. Established stable leadership of the Facebook platform is proposed

as another relevant new media platform for the communicative interaction of the Church and society with the social network Instagram.

Key words: new media, religious communication, social networks, Facebook, Instagram.

Постановка проблеми. Ключову роль у процесі формування загальнонаціональної ідентичності, за словами Л. Смоли, відіграють освіта, армія та медіа. Певна роль у цьому процесі належить і церкві [1, с. 84–85].

Аналітики Світового економічного форуму прогнозують, що вже у 2023 р. 80 % жителів Землі користуватимуться інтернетом, а в 2024-му більшість урядів світу визнають доступ до інтернету базовим правом людини [2]. В умовах таких трансформацій неможливо оминати актуальність використання нових медіа в сучасній релігійній комунікації.

Останні дослідження та публікації. Нові медіа як важливий інструмент у релігійному дискурсі не лишилися поза увагою дослідників. Аспекти цього питання знаходимо в монографії Ю. Лавриш «Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації» [3]. Ставлення католицької церкви до соціальної комунікації загалом та інтернету зокрема через призму офіційних документів та звернень охарактеризувала Н. Гадьо [4]. Питання нової євангелізації висвітлював П. Мацяшек, аналізуючи нові медіа та їхню роль у наверненні людей до віри [5].

Мета статті — розглянути інтернет-комунікації найбільших християнських конфесій України та визначити найбільш популярні новомедійні майданчики.

Виклад матеріалу дослідження. Нині однозначного та вичерпного визначення нових медіа немає. Наразі це активно та різноманітно вживаний у науковому мовленні термін, становлення якого тільки відбувається. А. Данько-Сліпцова визначає нові медіа як поняття, що означає появу цифрових, комп'ютерних, інформаційних, мережевих технологій та комунікацій наприкінці ХХ ст. [6]. Л. Городенко констатує, що в більшості наукових робіт нові медіа розглядають як синонім до інтернет-ЗМК, хоча така позиція суттєво звужує наявний інструментарій нових медіа. Дослідник підкреслює, що нові медіа стали тим засобом масової комунікації, завдяки якому почали говорити про суттєві трансформації мас-медійного діалогу [7, с. 68]. Ю. Лавриш визначає як нові медіа веб-ресурси суспільно-політичного і спеціалізованого

релігійного напрямку, блоги та акаунти в соціальних мережах, а саме у Facebook, Twitter, «В контакте» та на YouTube-каналах [3, с. 10].

Інтернет-комунікації дозволили налагодити ефективний зв'язок з аудиторією релігійних медіа. Поділяємо думку Ю. Лавриш, що за допомогою нових медіа церква проникає в повсякденне життя суспільства, висловлює свою реакцію та популяризує власні позиції [3, с. 10], а також тезу, що цінність інтернет-комунікації для представників духовенства саме в отриманні зворотного зв'язку [3, с. 10]. Польський дослідник П. Мацяшек із власного пастирського досвіду зазначає, що саме новітні технології можуть допомогти церкві достукатися до мирян, говорити з ними однією мовою, а не бути «атавізмом», себто чимось застарілим [5, с. 8–17]. Особливо слід відзначити появу нової форми проповідницької діяльності — ведення блогів. У цьому контексті слушним є висновок із дисертаційної роботи О. Михайлової, яка стверджує, що «блогосфера є не лише чинником здійснення ціннісно-ідентифікаційних трансформацій, але й середовищем, де ці зрушення набувають фіксації» [8, с. 14].

Розвиток усесвітньої інтернет-мережі дав можливість практично миттєво реагувати на будь-які події в суспільстві. У зв'язку із цим фактично всі релігійні організації України почали засновувати власні представництва в мережі. Насамперед, це проявилось у створенні порталів та веб-сайтів, формат яких відкривав нові можливості перед інформаційними службами. Відтепер вони не були обмежені обсягом видань, що дозволило більш повно висвітлювати актуальні події, наводячи коментарі, висновки та аналіз впливу цих подій на релігійне та суспільне життя. Не менш важливою була й можливість ілюструвати публікації значною кількістю візуальних матеріалів. Та головне, що надав вихід релігійного дискурсу в інтернет, — можливість ведення безпосереднього живого діалогу.

Початок виходу українських релігійних медіа в інтернет припадає на межу ХХ–ХХІ ст. Саме в цей час почав функціонувати сайт прес-служби УПЦ (МП) «Україна Православна» (pravoslavuye.org.ua). Метою його було висвітлення офіційної інформації, що стосувалася життя та діяльності церкви, доведення до віруючих постанов церковного керівництва. Спочатку веб-сайт фактично повторював друкований «Вісник прес-служби УПЦ», але згодом інтернет-видання завоювало свою аудиторію та почало містити більше матеріалів, ніж друковане. Крім того, стало зрозуміло, що формат веб-сайта більш зручний для

офіційної прес-служби, оскільки щомісячне друковане видання було складніше поширювати, а новини місячної давнини не завжди актуальні для читача.

Тоді ж почав діяти і офіційний веб-сайт УПЦ (МП) — orthodox.org.ua. На відміну від сайта прес-служби, офіційний сайт містив відомості про єпархії, єпископат, для нього було розроблено стрічку новин. Уперше в інтернеті з'явилися відомості про синодальні відділи та їхню діяльність.

Першим порталом, створеним релігійною організацією, що почав функціонувати ще початку 2000-х рр., став «Православ'є в Україні» (orthodoxy.org.ua). Метою цього portalу стало не лише висвітлення новин і подій, що мали місце в УПЦ (МП), але й широке обговорення цих подій із залученням експертів різних галузей. Портал під керівництвом тодішнього голови прес-служби УПЦ (МП) протоієрея Г. Коваленка став осередком богословських обговорень і дискусій, де порушувалися найбільш актуальні теми, що викликали резонанс у суспільстві. Нині цей портал фактично припинив свою діяльність, тепер за вказаною адресою знаходиться веб-представництво «Відкритого Православного університету Софії-Премудрості», очолюваного протоієреєм Г. Коваленком.

Трохи згодом розпочав діяти офіційний сайт УПЦ КП — cerkva.info. Фактично його структура повторює структуру офіційного сайту УПЦ (МП) — новини, відомості про ієрархічний устрій УПЦ КП, її єпископат та адміністративний поділ на єпархії.

УГКЦ, створюючи свій головний інтернет-ресурс (www.news.ugcc.ua), в основних рисах повторила портал «Православ'є в Україні» — на ресурсі можна бачити не лише новини конфесії, але й обговорення процесів, які відбуваються в суспільстві.

Католицька церква в Україні не має великих веб-представництв. Її присутність у мережі виявляється у веб-сайтах апостольської нунціатури (www.news.ugcc.ua), суспільно-релігійного часопису «Кредо» (credo.pro), архіdieцезій та навчальних закладів.

Також слід звернути увагу на проект Українського католицького університету — Релігійно-інформаційну службу України (РІСУ) (risu.org.ua). Цей портал не має аналогів в інформаційному просторі нашої держави. Його інформаційна політика спрямована на збалансоване висвітлення подій у релігійному житті країни. Редакція portalу не виокремлює жодну із конфесій.

Крім загальноцерковних сайтів і порталів, кожна конфесія має низку сайтів, що висвітлюють її діяльність у різних суспільних сферах:

благодійності (blago.church.ua — Синодальний відділ благодійності та соціального служіння УПЦ (МП); eleos.com.ua — Синодальний відділ соціального служіння і благодійності УПЦ КП), книговидання (orthodoxbook.org.ua — Видавничий відділ УПЦ (МП); vydavnytstvo.org.ua — Видавничий відділ Київської Патріархії), духовної освіти (uchkom.church.ua — Учбовий комітет при Священному Синоді УПЦ (МП); kp-osvita.org.ua — Управління у справах духовної освіти УПЦ КП) тощо.

До нових релігійних медіа належить і значна кількість сайтів єпархій, парафій, монастирів, паломницьких відділів, окремих суспільно-релігійних організацій, фестивалів і конкурсів, які відбуваються за підтримки релігійних організацій. Нині значна кількість парафії мають представництво в інтернеті.

Окремої уваги заслуговує присутність релігійних організацій у соціальних мережах. Цей різновид комунікативної діяльності з'явився дещо пізніше. Так, до прикладу, у своєму зверненні, приуроченому до 45-го Всесвітнього дня спілкування, Папа Римський Бенедикт XVI благословив спілкування в соціальних мережах. Слід зазначити, що Понтифік має свій канал на YouTube [9].

Нині соціальні мережі можна вважати повноцінними комунікативними джерелами, які не поступаються впливовістю традиційним медіа. Так, за даними Kantar TNS SMeter, у березні 2017 р. до ТОП-25 найвідвідуваніших сайтів в Україні увійшли: на другому місці рейтингового списку — youtube.com, на третьому — vk.com, на шостому — facebook.com, на дев'ятому — ok.ru та на 17-му — instagram.com [10].

Із заборонаю на законодавчому рівні, а саме — Указом Президента України №133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року „Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”» [11], інтернет-провайдером надавати послуги з доступу користувачам мережі інтернет до низки ресурсів/сервісів рейтинг найпопулярніших сайтів дещо змінився. Найпопулярнішою соціальною мережею в Україні став Facebook, посівши третю сходинку у ТОП-25 за липень 2017 р. Його у рейтингу популярності обігнав відеохостинг YouTube, зайнявши друге місце. Популярність instagram.com зросла до 15-го щабля, на 17-му місці — blogspost.com. Незважаючи на заборону, «В контакте» не покинув топового списку, а лише опинився за межами лідерської десятки — 11-та сходинка, а от ok.ru покинув цей список [12].

ТОП-25 жовтня 2017 р. лише підтвердив стабільність лідерства Facebook серед соціальних мереж та сталість користувацької зацікавленості відео-хостингом YouTube; а от blogspost.com піднявся на 14-ту позицію, посунувши instagram.com до 17-ої. Очевидно, що українські інтернет-користувачі так і не відмовилися від використання «В контакте», і ця соціальна мережа впевнено зберігає свою 11-ту сходинку. Також до рейтингового списку повернувся ok.ru, який і завершує його [13].

Нині українські релігійні діячі та організації переважно ведуть свою діяльність у мережах Facebook, Twitter, особистих блогах, YouTube та Instagram. Офіційні представництва релігійних організацій у цих мережах мало чим відрізняються від офіційних сайтів, а основний акцент зроблено на широкі можливості для обговорення публікацій. Більш цікавими є особисті сторінки в соціальних мережах релігійних діячів. Так, акаунти в кількох соціальних мережах, зокрема й на Facebook, ведуть Предстоятель УГКЦ Святослав (Шевчук), митрополит Олександр (Драбинко), архієпископ Євстратій (Зоря) та ін.

Редактор російськомовної версії РІСУ О. Кулігіна підкреслює популярність серед духовенства України соціальної мережі Facebook та зазначає, що Twitter є для них менш відомим, але найактивніше цей мікроблог використовують протестанти, наслідуючи своїх світових лідерів [9].

Спираючись на рейтинги популярності та огляд користувацької аудиторії соціальної мережі Instagram, можемо говорити і про її зростання популярності в комунікаційній взаємодії церкви із суспільством. Яскраве свідчення того — акаунти в Instagram таких відомих церковних діячів, як митрополит Олександр (Драбинко), знаний блогер протоієрей Г. Коваленко та багато інших священнослужителів з активною громадянською позицією.

Також варто зауважити, що, за твердженням Ю. Лавриш, присутність священників у соціальних мережах руйнує стереотипи поділу на «свій» і «чужий» та ілюструє духовенство не як грізних наставників, а навпаки — як наставників-друзів, які так само, як і всі, слухають музику, читають книги, подорожують тощо [3, с. 42], чим значно спрощує їхню комунікацію із широким загалом. Вважаємо, що саме в цьому аспекті Instagram виконує непересічну функцію певного зближення священнослужителів та соціуму.

Висновки. Нині нові медіа стали тими актуальними майданчиками для оперативного діалогу з церквою, яких потребує сучасне суспільство. Висока періодичність публікації дозволила церкві за допомогою

них щодалі активніше проникати у повсякденне життя, а їх основними перевагами є саме швидкий зворотний зв'язок та можливість полеміки у коментарях до повідомлення в режимі реального часу. Йдучи в ногу з часом, усі найбільші християнські конфесії України мають представництва в мережі. Це, здебільшого, власні офіційні сайти та сайти структурних підрозділів.

Окремої уваги та подальших досліджень заслуговує використання релігійними організаціями, як ще одного важливого інструменту комунікативної діяльності, соціальних мереж. Рейтингові списки найвідвідуваніших сайтів в Україні, що надає Kantar TNS SMeter, та комунікативна активність релігійних діячів яскраво ілюструють динаміку зростання популярності Facebook як найбільш використовуваної соціальної мережі, що виконує роль певного мосту в діалозі церкви і громадськості. У контексті руйнування стереотипів та зближення духовенства і сучасного суспільства вважаємо Instagram ще одним актуальним новомедійним майданчиком для комунікативної взаємодії, що стабільно набуває популярності та потребує подальшого динамічного наукового розгляду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Основні засади та шляхи формування спільної ідентичності громадян України. Інформаційно-аналітичні матеріали до Круглого столу 12 квітня 2017 р.* — Центр Разумкова. — Київ, 2017. — 94 с.
2. *21 technology tipping points we will reach by 2030* // Business Insider [Електронний ресурс] : Web-сайт. — Режим доступу : <http://www.businessinsider.com/technology-tipping-points-we-will-reach-by-2030-2016-11/#90-of-the-population-will-have-unlimited-and-free-data-storage-by-2018-1> (дата звернення 28.10.2017). — Назва з екрана.
3. *Лавриш Ю.* Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації : монографія / Ю. Лавриш. — Львів, 2017. — 156 с.
4. *Гадьо Н.* Католицька Церква і комунікація: від слова до онлайну / Наталія Гадьо // Теле- та радіожурналістика. — Львів, нац. ун-т ім. Івана Франка. — 2014. — № 13. — С. 182–191.
5. *Maciaszek P.* Nowa ewangelizacja przez nowe media / Paweł Maciaszek // Kultura — Medi — Teologia, 2012. — № 22. — S. 8–17.
6. *Данько-Сліпцова А.* Нові медіа: історія, типологія / А. Данько-Сліпцова // Освіта регіону [Електронний ресурс] : Web-сайт. — Режим доступу :

- <http://social-science.com.ua/article/1242> (дата звернення 28.10.2017). — Назва з екрана.
7. *Городенко Л. М.* Нові медіа: журналістика чи комунікація? / Л. М. Городенко // Актуальні питання масової комунікації. — 2013. — Вип. 14. — С. 65–70.
 8. *Михайлова О.* Відображення соціальних проблем у сучасних мас-медіа України / О. Михайлова : дис. канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 — теорія та історія соціальних комунікацій. — Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. — 187 с.
 9. *Священники в соціальних мережах* // Credo [Електронний ресурс] : Web-сайт. — Режим доступу : <http://credo.pro/2011/02/39917> (дата звернення 28.10.2017). — Назва з екрана.
 10. *YouTube* посунув Вконтакте: рейтинг популярних сайтів за березень [Електронний ресурс] / Kantar TNS CMeter : Web-сайт. — Режим доступу : <https://tns-ua.com/who-we-are/youtube-posunuv-vkontakte-reyting-populyarnih-saytiv-za-berezen> (дата звернення 28.10.2017). — Назва з екрана.
 11. *Указ Президента України № 133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року „Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”»* [Електронний ресурс] : Web-сайт. — Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення 28.10.2017). — Назва з екрана.
 12. *Рейтинг популярних сайтів за липень 2017* [Електронний ресурс] / Kantar TNS CMeter : Web-сайт. — Режим доступу : <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-lipen-2017> (дата звернення: 28.10.2017). — Назва з екрана.
 13. *Рейтинг популярних сайтів за жовтень 2017* [Електронний ресурс] / Kantar TNS CMeter : Web-сайт. — Режим доступу : <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-zhovten-2017> (дата звернення 28.10.2017). — Назва з екрана.

REFERENCES

1. *Razumkov Center* (2017), The main principles and ways of forming a common identity of Ukrainian citizens. Information and analytical materials for the Round Table April 12, 94 pp.
2. *21 technology tipping points we will reach by 2030*, Business Insider, available at: <http://www.businessinsider.com/technology-tipping-points->

- we-will-reach-by-2030-2016-11/#90-of-the-population-will-have-unlimited-and-free-data-storage-by-2018-1 (accessed 28.10.2017).
3. *Lavrysh YU.* (2017), «Church in the New Medias of Ukraine: Problems and Priorities of Communication», Monograph, 156 pp.
 4. *Gadio N.* (2014), «Catholic Church and Communication: From the Word to Online», Television and Radio Journalism, Ivan Franko National University of Lviv, Vol. 13, pp. 182–191.
 5. *Macyashek P.* (2012), «New evangelization through new media», Culture — Media — Theology, Vol. 22, pp. 8–17.
 6. *Danko-Sliptsova A.*, «New Media: History, Typology», Education of the Region, available at: <http://social-science.com.ua/article/1242> (accessed 10.28.2017).
 7. *Gorodenko L. M.* (2013), «New Media: Journalism or Communication?», Topical issues of mass communication. Issue 14, pp. 65–70.
 8. *Mikhailova O.* (2016), «Reflection of Social Problems in Modern Mass Media of Ukraine», Dissertation of the Candidate of Sciences in Social Communications, Theory and History of Social Communications, KNU named after Taras Shevchenko, 27.00.01, 187 pp.
 9. *Priests in social networks*, Credo, available at: <http://credo.pro/2011/02/39917> (accessed 10.28.2017).
 10. *YouTube moved to VKontakte: ranking of popular sites for March* [Electronic resource]. Kantar TNS CMeter, available at: <https://tns-ua.com/who-we-are/youtube-posunuv-vkontakte-reyting-populyarnih-saytiv-zaberezen> (accessed 28.10.2017).
 11. *Decree of the President of Ukraine «On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine dated April 28, „On the application of personal special economic and other restrictive measures (sanctions)”»*, Vol. 133, (2017), available at: <http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (accessed 28.10.2017).
 12. *Popular sites ranking for July 2017*, Kantar TNS CMeter, available at: <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-zalipen-2017> (accessed 28.10.2017).
 13. *Popular sites ranking for October 2017*, Kantar TNS CMeter, available at: <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-zazhovten-2017> (accessed 10.28.2017).

Стаття надійшла до редакції 02.12.2017
Received 02.12.2017